

# **PENGARUH TINGKAT KREDIBILITAS KOMUNIKATOR TERHADAP CITRA POLISI**

**(Kasus Pada Program Polisi Sahabat Anak di Polresta Yogyakarta)**

**Proklamawaty Patricia / Ike Devi Sulistyaningtyas**

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta 55281

## **Abstrak**

*Citra terbentuk dari adanya persepsi terhadap realitas. Citra juga bisa terbentuk dari kredibilitas dari personil ataupun perusahaan tersebut. Seorang personil dari sebuah organisasi yang memiliki kredibilitas dalam berkomunikasi dapat memberikan dampak positif kepada organisasi. Ketika personil tidak kredibel dalam memberikan informasi akan membentuk citra yang negatif. Dalam sebuah komunikasi publik, kredibilitas komunikator perlu diperhitungkan. Khalayak yang menilai seorang komunikator memiliki kredibilitas yang tinggi akan menilai bahwa citra yang dimiliki komunikator tersebut baik. Polisi Sahabat Anak adalah program kerja yang diselenggarakan oleh Polresta Yogyakarta yang bertujuan untuk mendekatkan polisi kepada anak-anak yang takut kepada polisi. Tulisan ini menggambarkan adanya pengaruh dari tingkat kredibilitas komunikator dalam Polisi Sahabat Anak terhadap citra polisi yang terbentuk. Penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra polisi sebesar 33%. Terdapat pengaruh yang positif antara tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra polisi yang ditunjukkan dalam prosentase sebesar 57,4 %. Semakin tinggi tingkat kredibilitas komunikator, maka akan semakin positif citra polisi yang terbentuk.*

**Keywords :** Kredibilitas Komunikator, citra, polisi sahabat anak, citra polisi

## **A. Latar Belakang**

Suatu pelayanan yang baik tentu akan memberi citra yang baik kepada sebuah lembaga atau individu. Citra perusahaan terbentuk dari adanya persepsi (yang berkembang dalam benak publik) terhadap realitas (yang muncul dalam media) (Wasesa, 2005 : 13). Citra juga bisa terbentuk dari kredibilitas dari personil ataupun perusahaan tersebut. Risiko yang diakibatkan oleh informasi yang tidak kredibel adalah banyaknya celah yang bisa

dilihat oleh publik, termasuk pihak lain yang memiliki kepentingan bersebrangan untuk dengan mudah mengubah citra menjadi negatif (Wasesa, 2005 : 15).

Menurut Jendral Polisi (Purn) Drs. Kunarto (1997: 56), Polisi memiliki tiga pengertian yaitu sebagai fungsi, sebagai organ kenegaraan, dan sebagai pejabat atau petugas. Penelitian ini mengartikan polisi sebagai suatu organ kenegaraan dan sebagai pejabat atau petugas (personal). Merujuk pada Kunarto (1997 : 57-76) bahwa organ kenegaraan dimaksudkan karena polisi tumbuh dan berkembang disebuah negara dan menjadi sebuah atribut kenegaraan. Setiap negara berhak menentukan apakah polisi itu masuk ke dalam tatanan negara atau tidak tergantung sistem politik yang ada di negara tersebut. Polisi berdiri tergantung bagaimana negara membentuk polisi tersebut melalui falsafah dan nilai-nilai dalam negara tersebut.

Polisi dan masyarakat hidup berdampingan. Hubungan yang terjalin seharusnya berjalan dengan baik. Kenyataannya, hubungan yang terjadi adalah sebaliknya. Seperti yang dikemukakan oleh Kunarto :

Selama ini masyarakat yang berhubungan dengan POLRI kebanyakan merasa kecewa, karena POLRI tidak cepat tanggap, tidak merespon cepat dan penuh ketulusan membantu, serta siap melayani masyarakat. Yang mereka hadapi selalu kesulitan, serta rekayasa sedemikian rupa agar masyarakat dapat dipungli (Kunarto, 1997 :221)

Polresta Yogyakarta adalah salah satu resor di Daerah Istimewa Yogyakarta yang mencakup wilayah Kotamadya Yogya. Salah satu unit yaitu Unit Pendidikan dan Rekayasa (dikyaksa) Satuan Lalu Lintas memiliki sebuah program kerja yang menjangkau anak-anak sampai remaja (dari tingkat pendidikan taman kanak-kanak sampai SMA) yaitu Polisi Sahabat Anak (PSA). Polisi sahabat anak ini terbetuk disebabkan karena citra kepolisian yang negatif di mata anak-anak. Tujuan dari Polisi Sahabat Anak (PSA) adalah untuk mengubah citra yang negatif tersebut menjadi citra positif.

Menurut Ipda Marija, Kasub 1 Dikyasa Polresta Yogyakarta dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis dikatakan bahwa tujuan paling utama dari program kerja Polisi Sahabat Anak adalah untuk menanamkan sikap untuk tidak takut kepada polisi. *Image*

polisi di mata anak-anak terkesan menyeramkan. Padahal, polisi tidaklah menyeramkan seperti yang mereka pikirkan. Selain itu, tujuan Polisi Sahabat Anak adalah memupuk kesadaran anak-anak untuk mau berteman dengan polisi dan mengenal tugas polisi seperti apa. Anak-anak sekarang sering takut kepada polisi dan menganggap polisi itu adalah sosok yang menakutkan. Polisi dianggap sebagai orang yang akan memberikan hukuman kepada mereka jika mereka melakukan kesalahan. Ketika polisi bertemu dengan anak kecil di jalan, mereka cenderung akan menangis dibandingkan tersenyum ke arah polisi. Polisi Sahabat Anak ini juga memperkenalkan tugas polisi yang tidak menyeramkan sehingga anak-anak merasa nyaman dan tidak takut kepada polisi. Polisi perlu dikenal sejak dini oleh anak. Seperti yang tertulis pada *we-site* museum POLRI :

Program Polisi Sahabat Anak ini tidak hanya diimplementasikan kepada anak-anak TK, namun juga kepada anak-anak SD, SMP, dan juga SLTA. Kepada anak-anak SMP dan SLTA selain belajar tata tertib lalu lintas, kepada mereka diajak untuk melakukan kegiatan bersama seperti Pramuka Saka Bayangkara, PKS (Patroli Keamanan Sekolah). Selain itu polisi juga melakukan dialog-dialog untuk membahas berbagai permasalahan terkini bagi dunia remaja. Mulai dari narkoba, kenakalan remaja sampai pada masalah kriminal. Anak-anak dapat belajar tentang tanda-tanda lalu lintas di kantor kepolisian setempat. Kepada anak-anak dikenalkan ruang pengurusan SIM, Ruang STNK, Ruang pengurusan Kecelakaan lalu Lintas juga dikenalkan Ruang KDRT dan Anak (Kekerasan Dalam Rumah Tangga dan Anak) ([www.museum.polri.go.id/lantai2\\_linyanyom\\_polisi-dan-anak2.html](http://www.museum.polri.go.id/lantai2_linyanyom_polisi-dan-anak2.html))

Dalam Polisi Sahabat Anak, seorang komunikator atau pembicara dituntut untuk bisa menjelaskan secara jelas kepada anak-anak agar pesan atau materi yang disampaikan dapat diterima oleh anak-anak sebagai khalayak. Dalam hal ini, keahlian dari komunikator diperhatikan karena komunikator menjadi bagian terpenting dalam program ini. Salah satu contoh adalah materi mengenai pengenalan tentang polisi dan atribut-atributnya serta mengunjungi ruang tahanan. Ketika komunikator tidak memiliki kredibilitas dalam berkomunikasi, pesan yang disampaikan tidak tersampaikan.

Ketika berbicara mengenai komunikator maka akan berhubungan dengan teori yang dikemukakan oleh aristoteles yaitu retorika. Penelitian menggunakan teori retorika sebagai acuan. Menurut West dan Turner (2007:339), tujuan retorika adalah persuasi untuk meyakinkan khalayak akan kebenaran gagasan topik yang disampaikan oleh pembicara/komunikator. Ada dua asumsi dalam retorika (West & Turner, 2010: 6-8).

Pertama adalah pembicara yang efektif harus mempertimbangkan khalayak mereka. Para pembicara tidak boleh menyusun atau menyampaikan pidato mereka tanpa mempertimbangkan khalayak mereka. Asumsi kedua adalah pembicara yang efektif menggunakan beberapa bukti dalam presentasi mereka.

Penelitian ini berfokus pada kredibilitas komunikator selaku pelaku utama dalam proses komunikasi. Penelitian ini melihat seberapa jauh pengaruh kredibilitas Unit Dikyasa yang berfungsi sebagai pembicara dan pemateri dalam kegiatan Polisi Sahabat Anak terhadap perubahan citra polisi yang dahulunya memiliki *image* menyeramkan menjadi bersahabat dengan anak-anak. Penelitian ini dihubungkan ke citra dikarenakan tujuan dari Polisi Sahabat Anak sendiri adalah untuk mengubah citra polisi yang dianggap negatif oleh anak-anak.

Program kerja Polisi Sahabat Anak ini dipandu oleh polisi yang berperan sebagai pembicara. Kredibilitas dari pembicara perlu diperhatikan agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh anak-anak. Program Polisi Sahabat Anak merupakan suatu program yang mengajak anak-anak untuk bersahabat dengan polisi dan tidak merasa takut. Selain itu memberikan pengetahuan kepada anak-anak sebagai generasi penerus bangsa untuk mengerti dan memahami mengenai tertib lalu lintas guna keamanan serta menanam nilai-nilai disiplin sejak kecil. Penelitian ini ingin melihat apakah melalui kredibilitas komunikator yang merupakan polisi membuat anak-anak yang sudah mengikuti program kerja Polisi Sahabat Anak akan merubah pandangan mereka terhadap polisi.

## **B. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra polisi dalam program Polisi Sahabat Anak di Polresta Yogyakarta.

### C. Hasil

Mengacu pada buku yang ditulis oleh Kriyantono berjudul teknik praktis riset komunikasi (2010 : 167 – 196), analisis data hasil penelitian dilakukan dengan 3 cara yaitu:

1. Analisis Distribusi Frekuensi yang bertujuan untuk menggambarkan bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Dengan menggunakan analisis distribusi frekuensi diperoleh persentase skor variabel tingkat kredibilitas komunikator berada pada angka 86,3 %. Hal ini mengartikan bahwa polisi yang bertindak sebagai komunikator dalam Polisi Sahabat Anak memiliki tingkat kredibilitas yang sangat tinggi. Skor variabel menunjukkan bahwa polisi mampu menjelaskan materi kepada peserta Polisi Sahabat Anak dengan jelas. Jawaban responden yang mayoritas mengatakan setuju menandakan bahwa polisi memiliki kredibilitas tinggi. Variabel tingkat kredibilitas komunikator dalam penelitian ini memiliki skor yang berarti tingkat kredibilitas komunikator sangat tinggi.

Hasil penelitian ini juga memperoleh persentase skor variabel citra polisi berada pada angka 84,6 %. Hal ini mengartikan bahwa citra polisi baik dilihat dari sudut pandang anak-anak sebagai peserta Polisi Sahabat Anak. Skor variabel mengartikan bahwa citra polisi tidak buruk dan menyeramkan disebabkan adanya Polisi Sahabat Anak. Jawaban responden yang mayoritas mengatakan setuju menandakan bahwa polisi memiliki citra yang baik.

2. Analisis Korelasi dengan menggunakan teknik *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson. Teknik ini digunakan untuk mengetahui

koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel (Kriyantono, 2010:175). Hasil penelitian ini diperoleh dengan menggunakan bantuan *software SPSS 19* dengan hasil sebagai berikut :

**TABEL 1.1**  
**Hubungan antara tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra Polisi**

Correlations		Tingkat Kredibilitas Komunikator (X)	Citra Polisi (Y)
Tingkat Kredibilitas Komunikator (X)	Pearson Correlation	1	.574**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	85	85
Citra Polisi (Y)	Pearson Correlation	.574**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	85	85

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Sumber : data olahan menggunakan spss 19*

Berdasarkan hasil analisis statistik di atas, diperoleh bahwa hubungan antara variabel tingkat kredibilitas komunikator (X) dengan citra polisi (Y) didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,574 dan signifikansi 0,000. Koefisien korelasi bertanda positif (+) yang berarti terdapat hubungan yang positif antara tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra polisi. Bisa disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra polisi.

Nilai koefisien korelasi antara variabel tingkat kredibilitas komunikator(X) dengan citra polisi (Y) sebesar sebesar 0,574 dan

signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara tingkat kredibilitas komunikator (X) dengan citra polisi (Y). Kekuatan hubungan dalam penelitian ini berada pada hubungan yang cukup berarti. Artinya tingkat kredibilitas komunikator tidak memiliki hubungan yang kuat dengan citra polisi. Hal ini dikarenakan dalam membentuk citra polisi tidak hanya dilihat dari segi anggota organisasi (perilaku karyawan) namun ada hubungan lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana yang digunakan untuk melihat adanya pengaruh keberadaan variabel bebas (X) di dalam mempengaruhi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini.

Uji korelasi regresi linear sederhana ini digunakan untuk melihat adanya pengaruh keberadaan variabel bebas (X) di dalam mempengaruhi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan adalah regresi linear sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel tingkat kredibilitas komunikator (X) dengan citra polisi (Y).

Dari data statistik menggunakan *software* spss, maka dapat ditarik kesimpulan yang dapat menjawab hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Hipotesis Teoritis: Kredibilitas Komunikator (X) mempengaruhi citra polisi (Y). Adanya hubungan yang positif antara kredibilitas komunikator dengan citra polisi maka dapat disimpulkan bahwa kredibilitas komunikator dapat mempengaruhi citra polisi. Hubungan

antara variabel X dan Y teridentifikasi sebagai hubungan yang cukup berarti maka dapat disimpulkan bahwa kredibilitas komunikator dapat mempengaruhi citra polisi namun tidak berada dalam level tinggi. Oleh karena itu, kredibilitas komunikator tidak terlalu berpengaruh terhadap citra polisi.

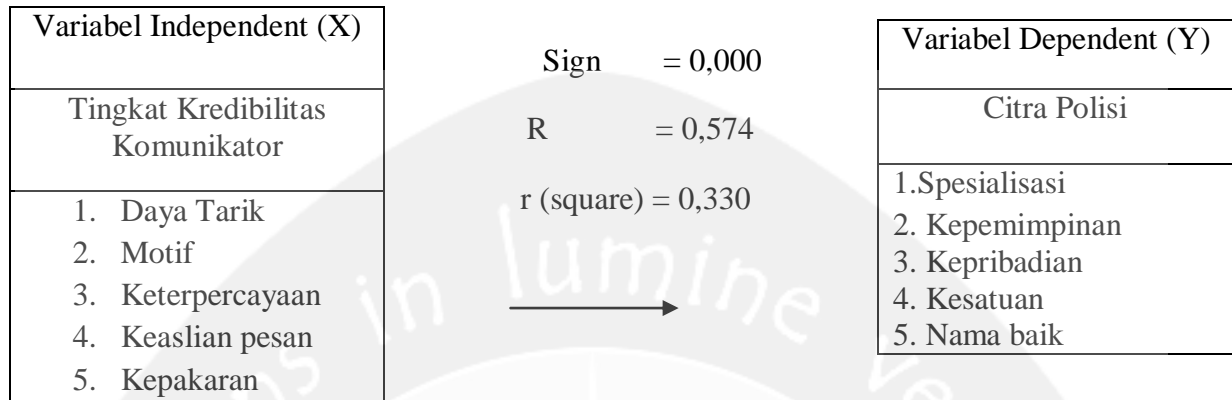
2. Hipotesis Riset : Semakin tinggi kredibilitas komunikator (X) maka citra polisi (Y) yang terbentuk menjadi positif. Dari persamaan yang diperoleh  $Y = 1,518 + 0,615X$  artinya bahwa jika variabel tingkat kredibilitas komunikator naik persatu satuan maka variabel citra polisi juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,615 per satu satuan, sedangkan tanpa adanya variabel tingkat kredibilitas komunikator, variabel citra polisi telah memiliki nilai sebesar 1,518. Data ini menjawab hipotesis yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kredibilitas komunikator maka citra polisi juga akan ikut meningkat. Peningkatan citra polisi menyimpulkan bahwa citra yang terbentuk semakin positif atau semakin baik. Namun hal ini tidak berpengaruh besar karena tanpa adanya kredibilitas komunikator, citra polisi sudah memiliki nilai. Hal ini disebabkan karena hubungan yang cukup berarti pada dua variabel.

Berdasarkan hasil analisis data, maka selanjutnya hasil analisis penelitian ini dapat digambarkan dalam bagan hubungan antar variabel sebagai berikut:



### BAGAN 1.1

#### Hasil Hubungan Antar Variabel



Berdasarkan bagan 1.1 terlihat bahwa  $r \text{ (square)}$  atau kekuatan hubungan yang ada antara variabel sangat kecil. Tingkat kredibilitas komunikator dapat mempengaruhi citra seorang polisi namun kekuatannya kecil. Hal ini disebabkan karena dalam penelitian variabel yang digunakan hanyalah satu variabel. Menurut Argenti (2003:58) citra merupakan refleksi dari identitas perusahaan. Identitas perusahaan itu sendiri adalah manifestasi visual dari realitas perusahaan yang disampaikan melalui nama organisasi, logo, motto, produk, pelayanan, bangunan, kertas surat, seragam, dan semua bukti nyata yang dibuat organisasi dan dikomunikasikan ke berbagai konstituen. Beberapa hal yang membentuk identitas perusahaan menurut buku *Corporate Communication* (Argenti, 2003:61-64) yaitu visi, nama dan logo serta perilaku karyawan. Penelitian ini hanya berfokus pada perilaku karyawan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Dalam hal ini kasus yang diambil adalah program Polisi Sahabat Anak yang memiliki komunikator didalamnya. Citra polisi

yang dilihat dari citra personal tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat kredibilitas sebagai komunikator. Dapat juga dipengaruhi oleh nama baik, visi misi organisasi, pelayanan. Oleh karena itu, nilai kekuatan hubungan kecil karena unsure pembentuk citra bukan hanya dipengaruhi oleh tingkat kredibilitas sebagai seorang komunikator.

#### **D. HASIL**

Dalam penelitian ini, penulis melihat bagaimana pengaruh tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra polisi. Citra polisi dimata anak-anak yang berusia 4-6 tahun atau yang mengikuti Polisi Sahabat Anak apakah sesuai dengan yang diharapkan oleh Unit Dikyasa Polresta Yogyakarta sebagai pelaksana program Polisi Sahabat Anak (PSA). Citra merupakan suatu gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya (Oliver, 2006 : 3). Menurut Rosady Ruslan (2010 : 74), citra berkaitan erat dengan suatu penilaian atau tanggapan, opini, kepercayaan publik, asosiasi atau simbol-simbol tertentu. “Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat, kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu produk barang dan jasa pelayanan yang diwakili oleh pihak Humas/ PR” (Argenti, 2003 :44).Citra adalah fungsi dari bagaimana konstituen menerima semua pesan yang disampaikan perusahaan melalui nama, logo, dan melalui presentasi diri, termasuk didalamnya ekspresi dari visi organisasi (Argenti,2003:70).Dalam Ruslan (2010:62) dikatakan citra yang baik dapat berkaitan dengan timbulnya respek (rasa hormat), kesan yang baik dapat menguntungkan suatu organisasi produk maupun jasa. Namun bila suatu organisasi mengalami “krisis kepercayaan” dari publik maka akan membawa

dampak negatif bagi citranya. Selain itu, perusahaan juga harus mengelola citra positif yang telah mereka miliki. Dengan tetap mempertahankan citra positif tersebut, publik dapat melihat komitmen perusahaan pada publik. Citra positif mencakup kredibilitas perusahaan yang dapat dilihat dari dua hal, yaitu kemampuan dan kepercayaan (Kriyantono, 2008:89).

Dalam konteks lain, citra juga merupakan refleksi dari identitas perusahaan. Identitas perusahaan itu sendiri adalah manifestasi visual dari realitas perusahaan yang disampaikan melalui nama organisasi, logo, motto, produk, pelayanan, bangunan, kertas surat, seragam, dan semua bukti nyata yang dibuat organisasi dan dikomunikasikan ke berbagai konstituen. Kemudian persepsi konstituen didasarkan pada realitas yang disampaikan perusahaan (Argenti, 2003:58). Beberapa hal yang membentuk identitas perusahaan menurut buku *Corporate Communication* (Argenti, 2003:61-64) yaitu visi, nama dan logo serta perilaku karyawan. Karyawan menjadi salah satu hal yang terpenting dalam menentukan citra perusahaan. Penelitian ini menjelaskan menggunakan salah satu faktor pendukung citra suatu perusahaan. Hal ini berkaitan dengan pelayanan karyawan di garda depan. Karyawan yang terletak di garda depan menjadi penentu dalam pembentukan citra sebuah perusahaan. Dalam penelitian ini, karyawan yang dimaksud adalah polisi yang bertindak sebagai komunikator dalam program PSA. Polisi berhubungan langsung dengan anak-anak sebagai publik dari organisasi kepolisian. Dalam penelitian ini, citra yang dilihat adalah citra polisi sebagai citra personal. Hal ini merupakan perwakilan dari organisasi karena karyawan merupakan bagian dari organisasi. Mengacu pada pendapat Peter Montoya dalam Ronald Susanto dikatakan bahwa citra personal dapat dilihat berdasarkan teori citra

personal (*Personal Branding*) yang meliputi kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, *the aw of visibility*, kesatuan, keteguhan, dan nama baik.

Dalam penelitian ini, teori *personal branding* diperlukan untuk menilai bagaimana citra polisi yang bertindak sebagai komunikator dalam Polisi Sahabat Anak. Polisi bertindak sebagai personal dan menjadi bagian dari organisasi kepolisian. Oleh karena itu, teori *personal branding* dibutuhkan untuk menjelaskan mengenai citra polisi sebagai personal.

Dalam penelitian ditemukan adanya tindakan setuju dari responden yang menandakan adanya citra positif yang terbentuk. Dilihat dari tingkat kredibilitas komunikator, penelitian ini menunjukkan komunikator memiliki kredibilitas yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dari terpenuhinya kriteria untuk mencapai tingkat kredibilitas komunikator yang tinggi. Kuesioner mengenai kredibilitas komunikator memiliki 20 pertanyaan dengan jawaban pilihan sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Mayoritas responden menjawab setuju dengan pernyataan tersebut dan menandakan polisi memiliki kredibilitas yang tinggi sebagai komunikator. Kredibilitas komunikator terlihat dari adanya daya tarik polisi sehingga responden tertarik untuk mendengarkan polisi sebagai komunikator.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra polisi dalam program Polisi Sahabat Anak (PSA). Adanya pengaruh antara variabel x terhadap y dapat dilihat dari hubungan dari kedua variabel tersebut. Nilai koefisien korelasi antara variabel tingkat kredibilitas komunikator (X) terhadap citra polisi (Y) sebesar 0.574 dan signifikansi 0,000 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara tingkat kredibilitas komunikator (X) terhadap citra polisi (Y).

Adanya hubungan yang cukup berarti antar kedua variabel dalam penelitian ini membenarkan teori yang diungkapkan oleh Mantoya yang menyebutkan bahwa citra seseorang dapat terlihat dari kredibilitas yang dimiliki oleh orang tersebut. Hubungan ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang disebabkan oleh tingkat kredibilitas seseorang terhadap citra. Data yang ditemukan di lapangan menjelaskan bahwa polisi sudah memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi sehingga citra yang dihasilkan mengarah pada citra yang positif. Sedangkan hasil koefisien determinasi (*r Square*) adalah sebesar 0,330 (33%). Data ini menunjukkan pengaruh tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra hanya sebesar 33%. Hal ini menandakan bahwa citra polisi hanya dipengaruhi 33% oleh tingkat kredibilitas komunikator. Citra polisi dapat dipengaruhi oleh faktor lain diluar model yang diteliti oleh peneliti sebesar 63%.

Pengaruh antara variabel X dan Y termasuk dalam kategori kecil yaitu sebesar 33 %. Hal tersebut disebabkan karena penelitian ini tidak menggunakan variabel z sebagai variabel antara atau intervening. Menurut teori yang dikemukakan oleh Argenti (2003:61-64), citra juga merupakan refleksi dari identitas perusahaan. Identitas perusahaan itu sendiri adalah manifestasi visual dari realitas perusahaan yang disampaikan melalui nama organisasi, logo, motto, produk, pelayanan, bangunan, kertas surat, seragam, dan semua bukti nyata yang dibuat organisasi dan dikomunikasikan ke berbagai konstituen. Kemudian persepsi konstituen didasarkan pada realitas yang disampaikan perusahaan (Argenti, 2003:58). Beberapa hal yang membentuk identitas perusahaan menurut buku *Corporate Communication* (Argenti, 2003:61-64) yaitu visi, nama dan logo serta perilaku karyawan. Sedangkan dalam penelitian ini hanya berfokus pada perilaku karyawan yang dalam hal ini bertindak sebagai komunikator dalam program Polisi Sahabat Anak. Dalam penelitian ini citra yang diharapkan oleh organisasi kepolisian terwujud sesuai dengan harapan. Hal ini dibuktikan dari mayoritas indikator menunjukkan bahwa polisi memiliki kredibilitas yang tinggi dan memiliki citra yang positif. Kondisi ini menunjukkan bahwa

upaya polisi untuk mengubah citranya sudah terlaksana. Polisi memiliki daya tarik, kemampuan, dipercaya oleh responden sebagai tolak ukur dalam menentukan apakah komunikator tersebut memiliki kredibilitas yang rendah atau tidak. Citra polisi merupakan refleksi dari citra organisasi. Perilaku karyawan merupakan salah satu dari elemen identitas yang merefleksikan citra perusahaan. Citra polisi yang positif tentunya akan berdampak pada organisasi secara keseluruhan. Hal ini akan membuat organisasi kepolisian memiliki citra yang positif. Dalam buku *Corporate Communication* menjelaskan bahwa citra juga merupakan refleksi dari identitas perusahaan salah satunya adalah visi yang harus dinyatakan secara konsisten disemua unsur identitasnya untuk perilaku karyawan (Argenti, 2003:68). Tingkat kredibilitas komunikator dalam Polisi Sahabat Anak tidak mempengaruhi citra polisi secara besar. Oleh karena itu, citra polisi belum bisa terbentuk dan terlihat jika hanya melihat dari satu variabel saja karena kekuatan yang ada terbilang kecil. Citra polisi dapat dilihat dari segi pelayanan, produk (jasa), visi, dan misi organisasi. Penelitian ini mengambil kesimpulan bahwa tingkat kredibilitas komunikator hanya mempengaruhi sebesar 33% yang berarti bahwa tanpa memperhitungkan tingkat kredibilitas seorang komunikator, citra polisi juga dapat dibentuk.

#### **E. Kesimpulan**

Penelitian ini memperoleh kesimpulan bahwa ada pengaruh tingkat kredibilitas komunikator terhadap citra polisi. Berdasarkan hasil analisis korelasi *product moment* didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,574 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel tingkat kredibilitas komunikator (X) dengan citra polisi (Y). Peneliti melihat bahwa terdapat hubungan antara dua variabel. Hubungan yang terjadi bersifat cukup baik. Melalui analisis regresi linear sederhana didapatkan koefisien determinasi sebesar 0,330 yang berarti pengaruh tingkat kredibilitas komunikator (X) terhadap citra polisi (Y) hanya sebesar 33%, Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara antara

tingkat kredibilitas komunikator sebagai variabel bebas (X) citra polisi sebagai variabel terikat (Y). Hal ini menjelaskan bahwa jika semakin tinggi tingkat kredibilitas komunikator maka citra polisi akan semakin positif. Begitupun sebaliknya, jika jika semakin rendah tingkat kredibilitas komunikator maka citra polisi akan semakin menurun atau negatif.

### Daftar Pustaka

- Argenti, Paul A. 2003. *Corporate Communication*. New York : McGraw-Hill Companies.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi-Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Kunarto. 1997. *Etika Kepolisian*. Jakarta: Cipta Manunggal Oliver, Sandra. 2001. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Esensi.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Gramedia
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2007. *Introducing Communication Theory : Analysis and Application*. New York : McGraw – Hill.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2010. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Sumber Tesis :
- Ronald Susanto. 2009. *Brand Equity Yang Dibangun Melalui Personal Branding (Studi Kasus: Rhenald Kasali Dengan MMUI Dan Hermawan Kartajaya Dengan Markplus)*. Jakarta : Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia